数据新闻 2.0：数据新闻可视化制作的创新变革

摘　要：数据新闻报道为新闻产品带来了新闻叙事形式创新，但依然存在体验困境。当前的数据新闻作品普遍缺乏用户意识，设计感不强，单调乏味的数据可视化方式并没有带来较好的受众新闻产品体验。要突破原有的可视化制作模式，创新可视化内在形态，需要数据新闻可视化制作的呈现牢牢把握新闻产品核心，注重以用户为设计导向，增加可视化手段的互动元素，将数据人性化地融入新闻叙事中，进一步优化现有的数据新闻可视化制作。

关键词：数据新闻；可视化；数据可视化
中图分类号：G210.7　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2018）09-103-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.09.043

文 / 白龙

数据新闻可视化是一种新闻数据化的艺术加工，透过视觉解码对新闻实现解读，触发受众全新的新闻视觉体验空间。但随着可视化新闻的产量逐渐增多，读者口味愈发挑剔，对可视化新闻的内容、形式创新提出更高的要求。大量的可视化工具生成的柱形图、饼图、折线图、条形图等信息图表缺乏设计美感，图表形式呈现方式过于单一，形成受众的视觉疲劳和单一数据新闻认知。挖掘得出的数据直接进入软件后台分析，结合设计模块直接生成可视化图表图形，导致一个发展误区，使用者会依赖软件公司不断改进或更新自身设计模块，从而丧失对艺术创意的感知，缺乏设计灵感。另一方面，更多的数据新闻只注重数据的可视化，忽略新闻故事内容的可视化。过于注重视觉传达也容易忽视数据新闻最核心的部分，容易将受众的注意力从新闻信息点转移到其他视觉符号上来。如何优化现有的数据新闻可视化制作模式，如何把数据有机地融入新闻报道本身，如何增强受众互动和提高受众对数据新闻产品的认可，成为数据新闻生产下一阶段关注的重点。

1. 重新定义数据新闻的可视化呈现方式

数据的可视化呈现可追溯到二世纪保存最早的埃及石板，最初作为航海工具用来记录天文信息。一般认为，数据的可视化是“一种以图示或图解的格式对数据的呈现”，或可描述为“以图解形式对抽象信息的展示”。数据可视化使我们能在传统报表、表格或电子数据表找出被忽视的模式、趋势和相关关系。从某种意义上来说，数据可视化是一种数据的“翻译”，转换为受众直观可感的内容形式，形成可辨别性强的大小、形状或者趋势图示关系。在数据新闻作品中，让受众能够最快速便捷、最易读取数据新闻信息，同时在数据新闻产品设计上让受众印象深刻，提供审美震撼的数据可视化产品才能称得上是一种优秀的数据“翻译”。

实现数据新闻可视化的目标是为了有效传达数据新闻的核心新闻信息，但不少数据新闻作品往往忽略了数据新闻可视化更值得注重的是强大的新闻效果。目前的数据新闻可视化制作中出现的可视化信息图只是新闻报道的视觉补充，并没有作为一种新闻故事的要素来构建新闻报道主体。在新闻实践中容易出现两种极端：第一种是数字堆叠起来的数字 + 图文解读模式，过于追求一个统计数据的整体展示，数据传达喧宾夺主，没有突出新闻核心内容；第二种是追求一个宏大的视觉图像感官效果，过度花哨的混乱视觉呈现易误导受众迷失重心，不能抓住核心新闻要素。可见传统单一的数据新闻的可视化已经不能适应用户需求，数据新闻可视化的优化应该从用户开始入手，以此重新定义数据新闻的可视化呈现。

2. 以“用户”为中心引导数据新闻可视化产品设计

目前，数据服务公司拥有各自研发的各种数据可视化软件，方便使用者进行数据筛选与分类并直接套用可视化工具模板。对于多数数据服务公司而言，不同的数据潜藏着其结构化的、指向性强的表达逻辑，这种表达逻辑的确在数据可视化工作效率上有一定优势，但同时陷入创新的窘境。没有经过人工设计而直接生成可视化信息图，导致了缺乏产品思维的制作陷入固定循环，从长远来看，不利于数据新闻的可视化丰富性与多样性的

基金项目：2018 年玉林师范学院教改项目“大数据推动下新闻可视化教学的探索与实践”（项目编号：2018XJJG32）；2018 年度广西中青年教师基础能力提升项目“人工智能技术推动下编辑室创新转型研究”（项目编号：2018KY0463）。

发展。我们常见的柱形图、饼图、折线图、条形图等基本图表的使用属于数据新闻可视化的初级范畴，制作精简且数据易懂，却并不能有效传达数据信息与新闻内容的完整关联意涵，停留在受众脑海的有效时长和图示印象较为短暂。数据新闻可视化的改进需集中在提高基本视觉元素的质量上，去掉不能有效讲述新闻故事的一些无效的、无价值的图像图形，用高品质的可视化方式激发受众对数据新闻的持久兴趣。

因此，数据新闻可视化设计要摒弃传统的单一设计思维，真正转向用户。从用户导向的逻辑出发，首先要洞察用户需求，明确数据新闻产品的传播意图与目标，摆脱数据可视化软件制作的浅层表现，结合用户思维与工程思维，做好产品定位。在数据新闻制作上要重视产品设计师的作用，产品设计师利用视觉创造力解决数据新闻的数字信息传达，他/她是数据新闻制作的核心成员。与文字报道不一样，数据新闻设计师注重的是视觉传达，将数据转换成具体可感的图形设计，从而传递新闻价值和信息。谷歌新闻实验室就很重视设计师的工作地位，设计师需与数据科学家一起参与谷歌趋势项目（Google Trends），以期帮助受众掌握世界是如何利用谷歌的。在数据新闻 2.0 时代，数据新闻不应被视为新闻报道创新方式，而是一种基本新闻形式广泛存在，因此，要思考数据新闻如何聚集巨大的用户群体流量，应从用户角度切入，将数据新闻产品做到极致，充分提升用户对数据新闻产品的视觉满足感，把设计灵感与创意植入数据新闻的美学设计与交互体验中。同时，在可视化设计中设计形式与内容相互平衡十分重要，要达到平衡就必须坚持形式服务内容，应遵循“少即是多”（less is more）的减法原则，准确高效地传达信息。在数据新闻可视化作品的视觉设计美感和数据清晰传递的有效性上要实现一个良性平衡。

3. 增加数据新闻可视化的交互性，注重数据人性化

数据新闻不是数据堆叠形成的报道，而是一种“参与式报道”，鼓励用户参与到新闻中。传统的数据新闻可视化作品注重的是传递新闻故事背后的数据信息，而革新后的可视化作品强调数据新闻的社交属性，与受众建立互动关系是调动受众自身积极性的有效方式。《纽约时报》制作的一款交互式数据新闻，该交互数据新闻要揭示美国家庭收入与子女上大学的影响关系，先让受众划出他/她所认为的关系曲线，然后再给出统计结果，以此受众即可获知其他读者的预测信息并与之对比，极大调动用户参与新闻的互动积极性，完全使其参与其中，比起媒体的观点直接呈现更能有效地传达给受众。个性化使受众更接近数据，通过建立个人与新闻事件的相关性使受众建立起数据新闻的数字认知，并主动在社交媒体实现互动交流数据。同时，用户为中心的设计导向要做到精准推送和个性化定制，需要考虑受众是通过什么设备访问数据新闻产品的。数据新闻产品应充分考虑移动端的交互手段。移动优先的产品异于 PC 端，在数据视觉呈现手段、移动端界面布局、用户习惯喜好等方面进行差异化设计，在发布最终产品之前进行用户测试，在反馈中完善设计。要使数据新闻真正变得易读和有趣，就要令挖掘的数据变得更“人性化”。数据不仅是数据新闻的来源，而且是讲述“人”为主体的故事工具。叙述数据新闻是属于人的新闻故事，以人为本注重“人性”，不应将数字符号或可视化图像置于人之上，要想方设法将数据人性化，把握数据与新闻事件的有机结合，真正把数据新闻产品做到极致，实现用户粉丝主动向社群化传播。

结语

数据新闻 2.0 的数据新闻可视化制作要从人性出发，更注重用户体验，突出新闻各生产要素之间的融合思维协作。要转变数据新闻可视化原有的单一制作逻辑，避免自动化、数据化模板工具禁锢设计者的艺术再现能力，培养数据新闻制作者的受众观念，抓取新闻核心信息进而融合数据新闻报道，把新闻故事叙述与评论观点体现在可视化报道中，避免割裂受众对新闻叙事主体与可视化内容的认知。将数据内化为新闻故事要素，增加可视化手段的互动元素，将数据人性化融入新闻叙事，数据新闻的设计布局回归于新闻报道本身，保持新闻内容与产品设计之间的平衡，信息传达与视觉传达同时并存，从而优化现有的数据新闻可视化制作，“新”的呈现手段才能讲好一个数据新闻故事。媒

参考文献

[1] 白净，杨昉 . 如何通过数据挖掘讲好故事——以人口类选题可视化作品为例 [J]. 新闻与写作，2018（3）：82-86.

[2] 徐少林，白净 . 数据新闻可视化设计与内容如何平衡 [J]. 新闻界，2018（3）：26-31.

（作者单位：玉林师范学院文学与传媒学院）